

Strategi Pemasaran Bank Syariah: Optimalisasi Kepercayaan, Lingkungan Sosial, dan Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Riil Penggunaan Jasa

Muhammad Efendi Ariwardana^{1*}, Hima Widyas Asmara²

^{1,2}UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Tulungagung, 66221

mefendiari@gmail.com¹

widyasasmara@uinsatu.ac.id²

*Corresponding Author

Diterima : 19 April 2026; Direvisi : 23 Mei 2026; Diterbitkan : 1 Juni 2026;

Abstrak

Rendahnya pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia dibandingkan perbankan konvensional menunjukkan adanya kesenjangan antara besarnya potensi pasar masyarakat muslim dan tingkat penggunaan jasa bank syariah yang masih rendah, sementara sebagian besar penelitian terdahulu lebih berfokus pada minat menabung dibandingkan keputusan penggunaan sebagai tindakan nyata sehingga implikasinya bagi strategi manajemen bank syariah belum banyak diungkap. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah, kepercayaan, dan lingkungan sosial terhadap keputusan penggunaan jasa bank syariah, baik secara parsial maupun simultan, guna memberikan dasar penyusunan prioritas strategi pemasaran bagi manajemen perbankan syariah. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan sampel sebanyak sembilan puluh delapan responden masyarakat Kelurahan Kutoanyar, Kecamatan Tulungagung, yang dipilih menggunakan teknik acak sederhana, kemudian data dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan, literasi keuangan syariah, kepercayaan, dan lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa bank syariah, dengan kepercayaan sebagai faktor paling dominan. Temuan ini menegaskan bahwa penguatan kepercayaan nasabah melalui transparansi dan kepatuhan syariah perlu menjadi prioritas utama strategi manajemen pemasaran bank syariah, didukung oleh optimalisasi jalur sosial keagamaan dan program literasi yang lebih aplikatif.

Kata Kunci: Literasi Keuangan Syariah; Kepercayaan; Lingkungan Sosial; Keputusan Penggunaan Jasa Bank Syariah

Abstract

The low market share of Islamic banking in Indonesia compared to conventional banking indicates a gap between the large potential market for the Muslim community and the still low level of use of Islamic banking services. While most previous studies have focused more on savings interest rather than usage decisions as a concrete action, so the implications for Islamic bank management strategies have not been widely revealed. This study aims to analyze the influence of Islamic financial literacy, trust, and the social environment on the decision to use Islamic banking services, both partially and simultaneously, to provide a basis for prioritizing marketing strategies for Islamic banking management. The study used an associative quantitative approach with a sample of ninety-eight respondents from the Kutoanyar Village, Tulungagung District, who were selected using a simple random technique. Then the data were analyzed using multiple linear regression. The results showed that partially and simultaneously, Islamic financial literacy, trust, and the social environment had a positive and significant influence on the decision to use Islamic banking services, with trust being the most dominant factor. These findings confirm that strengthening customer trust through transparency and sharia compliance needs to be a top priority in Islamic banks marketing management strategies, supported by optimization of socio-religious channels and more applicable literacy programs.

Keywords: Islamic Financial Literacy; Trust; Social Environment; Decision to Use Islamic Banking Services.

PENDAHULUAN

Perbankan syariah merupakan sistem keuangan modern yang berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah Islam dengan menghindari unsur riba, gharar, dan maysir (Naim, 2025). Sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan industri keuangan syariah (Amilahaq, Wijayanti, dan Pertiwi, 2021). Kehadiran perbankan syariah yang diatur melalui Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 menjadi alternatif bagi masyarakat muslim untuk melakukan aktivitas keuangan sesuai prinsip agama. Meskipun demikian, perkembangan perbankan syariah masih menghadapi tantangan serius, terutama dalam meningkatkan penggunaan jasa bank syariah di kalangan masyarakat luas (Naim, 2025). Data Otoritas Jasa Keuangan menunjukkan bahwa pangsa pasar aset perbankan syariah pada tahun 2024 baru mencapai 7,72% dari total aset perbankan nasional, sedangkan perbankan konvensional masih mendominasi sebesar 92,28%. Kondisi tersebut menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara besarnya potensi pasar muslim dengan tingkat penggunaan jasa bank syariah yang masih relatif rendah. Rendahnya penggunaan jasa bank syariah juga diperkuat oleh hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Tahun 2025 yang menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan syariah hanya sebesar 43,42%, sedangkan literasi keuangan konvensional mencapai 66,45% (Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Badan Pusat Statistik (BPS), 2025). Kesenjangan tersebut mengindikasikan bahwa pemahaman masyarakat mengenai konsep, manfaat, dan mekanisme produk perbankan syariah masih belum optimal sehingga memengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan jasa bank syariah.

Kelurahan Kutoanyar, Kecamatan Tulungagung, dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki karakteristik masyarakat yang unik. Wilayah ini dihuni oleh masyarakat lokal dan pendatang dengan lingkungan sosial yang religius dan aktif dalam kegiatan keagamaan, seperti yasinan atau tahlilan, tadarus rutin, dan peringatan hari besar Islam. Kondisi tersebut menjadikan Kelurahan Kutoanyar relevan sebagai lokasi penelitian untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah, kepercayaan, dan lingkungan sosial terhadap keputusan penggunaan jasa bank syariah. Hasil survei awal terhadap 42 responden masyarakat Kelurahan Kutoanyar menunjukkan bahwa penggunaan jasa bank syariah masih tergolong rendah. Sebanyak 66,7% responden menyatakan tidak menggunakan bank syariah, sedangkan pengguna bank syariah hanya sebesar 33,3%. Di antara pengguna bank syariah, Bank Syariah Indonesia (BSI) menjadi bank yang paling banyak digunakan. Jenis layanan yang paling dominan digunakan adalah tabungan atau rekening transaksi harian. Data tersebut menunjukkan bahwa penggunaan jasa bank syariah di masyarakat masih terbatas dan diduga dipengaruhi oleh tingkat literasi, kepercayaan, dan lingkungan sosial.

Kajian atas penelitian terdahulu menunjukkan pola yang secara konsisten mendukung pengaruh literasi keuangan syariah, kepercayaan, dan lingkungan sosial terhadap perilaku keuangan syariah, namun pola konsistensi ini perlu dicermati secara kritis karena sebagian besar dibangun di atas desain penelitian yang serupa dan terbatas. Pada aspek literasi, penelitian (Zulfayani et al., 2023) dan (Salim, Arif, dan Devi, 2022) sama-sama melaporkan pengaruh positif literasi keuangan syariah, tetapi keduanya dilakukan pada populasi mahasiswa yang secara sistematis memperoleh paparan materi keuangan syariah melalui kurikulum, sehingga tingkat literasi responden cenderung berada di atas rata-rata masyarakat umum, generalisasi temuan ini pada masyarakat non-akademik masih perlu diuji ulang. Pola serupa ditemukan pada aspek kepercayaan yang diteliti oleh (Novianto dan Nisa, 2024) serta (Suryani et al., 2024) menunjukkan pengaruh signifikan kepercayaan terhadap minat menabung, namun keduanya mengukur minat, bukan keputusan penggunaan yang telah terealisasi, sehingga terdapat celah antara niat

yang dilaporkan responden dan tindakan nyata yang sesungguhnya terjadi di lapangan. Kondisi ini diperparah oleh temuan (Aprilia dan Indrarini, 2024) yang justru melaporkan kepercayaan tidak berpengaruh signifikan pada masyarakat pedesaan Nganjuk, bertentangan dengan temuan (Suryani et al., 2024) pada konteks nasabah bank syariah daerah, kontradiksi ini mengindikasikan bahwa kekuatan pengaruh kepercayaan kemungkinan bersifat kontekstual dan bergantung pada tingkat akses maupun eksposur masyarakat terhadap layanan bank syariah, sebuah dimensi yang belum diuji secara eksplisit pada penelitian-penelitian tersebut. Pada aspek lingkungan sosial, (Salsabila dan Devia, 2024), (Faridah, Hakim, dan Sudarwanto, 2021) serta (Khairunnisa dan Cahyono, 2020) melaporkan pengaruh yang konsisten signifikan, tetapi ketiganya menempatkan religiusitas sebagai variabel yang menyatu atau berdekatan dengan lingkungan sosial, sehingga kontribusi murni lingkungan sosial sebagai norma subjektif terlepas dari religiusitas individu belum terpetakan secara terpisah. Ketiga pola tersebut secara bersama-sama menunjukkan bahwa literatur yang ada belum memberi jawaban memadai atas tiga pertanyaan mendasar: apakah pengaruh faktor-faktor tersebut bertahan ketika diuji pada keputusan nyata (bukan minat), pada masyarakat umum (bukan mahasiswa), dan pada wilayah dengan intensitas sosial-keagamaan tinggi namun realisasi penggunaan bank syariah masih rendah menjadi kondisi yang justru melekat pada konteks Kelurahan Kutoanyar, Kecamatan Tulungagung.

Bertolak dari kritik terhadap tiga celah tersebut, penelitian ini diposisikan untuk menjawab pertanyaan yang belum terjawab tuntas oleh literatur sebelumnya. Pertama, penelitian ini menempatkan keputusan penggunaan (perilaku nyata) sebagai variabel dependen, bukan minat, sehingga menjembatani celah antara niat yang dilaporkan dan tindakan yang sesungguhnya terjadi. Kedua, penelitian ini melibatkan masyarakat umum dengan latar belakang sosial-ekonomi yang beragam, bukan kelompok mahasiswa yang relatif homogen dari sisi literasi dan usia. Ketiga, penelitian ini secara eksplisit menguji peran lingkungan sosial dan kepercayaan pada konteks wilayah dengan intensitas kegiatan keagamaan tinggi namun realisasi penggunaan bank syariah masih rendah, sehingga dapat menjelaskan mengapa kekuatan pengaruh kepercayaan berbeda-beda antarwilayah sebagaimana ditemukan pada penelitian-penelitian terdahulu yang saling bertentangan.

Berdasar uraian tersebut, kebaruan (*novelty*) penelitian terletak pada tiga hal: (1) pengujian keputusan sebagai perilaku nyata, bukan minat, (2) perluasan konteks pada masyarakat umum yang beragam, bukan mahasiswa, dan (3) penjelasan atas kontradiksi temuan kepercayaan melalui data empiris pada konteks sosial-religius yang spesifik. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya penerapan *Theory of Planned Behavior* dengan menempatkan kepercayaan sebagai konsep perluasan model pada konteks jasa keuangan berisiko. Secara manajerial, temuan ini diharapkan memberi dasar empiris bagi manajemen bank syariah dalam menyusun prioritas strategi baik melalui edukasi literasi, penguatan kepercayaan, maupun pemanfaatan jejaring sosial-keagamaan berdasarkan bobot pengaruh masing-masing faktor terhadap keputusan nasabah.

KAJIAN LITERATUR

Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior (TPB) dari Ajzen menjelaskan bahwa perilaku seseorang ditentukan oleh niat, yang dipengaruhi tiga hal: sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) (Arianti, 2021, 3). Sikap adalah penilaian seseorang terhadap suatu perilaku berdasarkan konsekuensinya; norma subjektif adalah pengaruh dari lingkungan sekitar; sedangkan persepsi kontrol perilaku adalah seberapa

mudah atau sulit seseorang melakukan perilaku tersebut, misalnya kemudahan mengakses layanan (Aisyah et al., 2025). TPB pada dasarnya dirancang untuk perilaku yang minim risiko. Pada jasa keuangan syariah, yang melibatkan risiko finansial dan ketidakpastian kepatuhan syariah, ketiga komponen tersebut belum cukup menangkap faktor psikologis utama, yaitu keyakinan terhadap keandalan penyedia jasa. Karena itu, penelitian ini menambahkan kepercayaan (*trust*) sebagai unsur tambahan yang bekerja berdampingan dengan sikap dan norma subjektif, bukan sebagai pengganti persepsi kontrol perilaku, karena kepercayaan berfungsi mengurangi risiko yang tidak tercakup oleh tiga komponen asli TPB. Pendekatan perluasan TPB dengan menambahkan kepercayaan ini juga digunakan oleh (Albaity dan Rahman, 2019) dalam meneliti niat menggunakan bank syariah di Uni Emirat Arab, sehingga posisi kepercayaan sebagai unsur tambahan TPB pada penelitian ini konsisten dengan penerapannya di konteks internasional. Dalam penelitian ini, literasi keuangan syariah membentuk sikap, lingkungan sosial mencerminkan norma subjektif, sedangkan kepercayaan menjadi unsur tambahan yang menjembatani keyakinan individu atas keamanan, transparansi, dan kepatuhan syariah. Ketiga variabel ini digunakan secara konsisten sepanjang kajian literatur, hasil, dan pembahasan untuk menjelaskan keputusan penggunaan jasa bank syariah, termasuk secara khusus menjelaskan bagaimana kepercayaan berhubungan dengan keputusan tersebut.

Keputusan Penggunaan Jasa Bank Syariah

Keputusan penggunaan jasa bank syariah adalah hasil proses seseorang memilih layanan keuangan sesuai kebutuhannya. Keputusan sendiri berarti memilih alternatif terbaik dari beberapa pilihan untuk menyelesaikan suatu masalah (Harbani, 2023, 6 – 7). Dalam konteks jasa, bank syariah adalah lembaga keuangan berbasis prinsip syariah yang menghindari riba, gharar, dan maysir, serta berorientasi pada keadilan dan kesejahteraan sosial (Alhifni, 2017). Dengan demikian, keputusan penggunaan jasa bank syariah mencerminkan tindakan nyata individu dalam memilih dan menggunakan layanan perbankan berbasis syariah sebagai solusi kebutuhan finansialnya. Menurut Kotler dan Keller (2016) dalam buku (Dewi et al., 2025), perilaku konsumen adalah studi yang mempelajari individu, kelompok, maupun organisasi dalam memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi produk untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka, sekaligus kegiatan yang berkaitan erat dengan proses pembelian barang atau jasa. Dengan demikian, keputusan penggunaan jasa bank syariah mencerminkan tindakan nyata individu dalam memilih dan menggunakan layanan perbankan berbasis syariah sebagai solusi kebutuhan finansialnya, yang juga merupakan salah satu bentuk perilaku konsumen dalam memenuhi kebutuhan tersebut.

Literasi Keuangan Syariah

Atkinson dan Messy (2012) dalam (Ram, 2023) menyebutkan bahwa literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami, mengelola, dan mengambil keputusan keuangan. Literasi keuangan mencakup aspek pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan dalam mengelola keuangan secara efektif untuk mencapai kesejahteraan. Dalam perspektif syariah, literasi keuangan tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi, tetapi juga pada nilai religius seperti kehalalan, keadilan, dan tanggung jawab kepada Allah SWT. Rahim (2016) dan Antara (2016) dalam (Albaity dan Rahman, 2019) mendefinisikan literasi keuangan syariah sebagai kemampuan, keterampilan, dan sikap individu dalam memahami serta menganalisis informasi keuangan dari lembaga keuangan syariah, sekaligus sejauh mana seseorang memiliki pengetahuan dan keterampilan untuk memahami pentingnya layanan keuangan syariah, yang pada akhirnya memengaruhi sikap dan niat mereka untuk menggunakan pembiayaan syariah.

Oleh karena itu, literasi keuangan syariah menjadi faktor penting dalam mendorong masyarakat untuk memahami dan menggunakan produk serta layanan keuangan syariah secara tepat.

Kepercayaan

Deutsch dalam (Rifa'i, 2019) menjelaskan kepercayaan sebagai perilaku individu yang mengharapkan pihak lain memberi manfaat positif, kepercayaan muncul karena pihak yang dipercaya dianggap mampu memberikan manfaat dan melakukan sesuatu sesuai harapan pihak yang memberikan kepercayaan, sehingga kepercayaan menjadi dasar bagi kedua pihak untuk melakukan kerja sama. Mayer (1995) dalam (Rifa'i, 2019) mendefinisikan kepercayaan sebagai kemauan seseorang untuk peka terhadap tindakan orang lain berdasarkan harapan bahwa orang lain akan melakukan tindakan tertentu, tanpa bergantung pada kemampuannya untuk mengawasi dan mengendalikan tindakan tersebut. Kedua pandangan ini menegaskan bahwa kepercayaan pada dasarnya merupakan kesediaan satu pihak menerima risiko atas tindakan pihak lain berdasarkan harapan positif. Dalam konteks perbankan, kepercayaan mencakup keyakinan terhadap keamanan transaksi, transparansi, serta kepatuhan lembaga terhadap prinsip yang dianut, termasuk prinsip syariah. Kepercayaan juga terbentuk melalui interaksi sosial dan pengalaman, sehingga menjadi faktor penting yang mempengaruhi keputusan penggunaan jasa bank syariah.

Lingkungan Sosial

Lingkungan sosial menurut Purwanto (2009) dalam (Muslim et al., 2021) terdiri dari kelompok manusia itu sendiri. Purwanto menjelaskan lingkungan sosial sebagai semua orang atau manusia lain yang memengaruhi individu, baik secara langsung maupun tidak langsung. Setiadi dan Kolip (2011) dalam (Muslim et al., 2021) menambahkan bahwa lingkungan sosial adalah tempat atau suasana di mana sekelompok orang merasa menjadi bagian di dalamnya, seperti lingkungan kerja, lingkungan rukun tetangga, lingkungan pendidikan, maupun lingkungan pesantren. Berdasarkan ketiga pandangan tersebut, lingkungan sosial dapat dipahami sebagai semua orang dan suasana tempat yang dapat memengaruhi individu, baik secara langsung maupun tidak langsung. Lingkungan ini mencakup keluarga, teman sebaya, serta masyarakat yang berperan dalam membentuk norma, nilai, dan persepsi individu terhadap suatu objek. Dalam perilaku konsumen, lingkungan sosial menjadi faktor eksternal yang signifikan karena individu cenderung mempertimbangkan pendapat dan pengalaman orang lain sebelum mengambil keputusan. Oleh karena itu, dalam konteks perbankan syariah, lingkungan sosial dapat mempengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan jasa bank syariah melalui proses interaksi dan pengaruh sosial yang terjadi di sekitarnya (Yana dan Agustina, 2023).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis melalui pengukuran variabel menggunakan data numerik yang dianalisis secara statistik, sedangkan penelitian asosiatif bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antar variabel (Machali, 2021).

Pemilihan Kelurahan Kutoanyar, Kecamatan Tulungagung sebagai lokasi penelitian didasarkan pada karakteristik unik masyarakatnya yang memberikan konteks relevan untuk menguji hipotesis penelitian. Meskipun didominasi oleh populasi pendatang, wilayah ini tetap mempertahankan hubungan sosial yang kuat dan agamis, terlihat dari keberadaan kelompok yasin dan tahlil yang rutin dilaksanakan setiap hari Rabu untuk perempuan dan hari Kamis untuk laki-laki, kegiatan tadarus rutin di masjid setiap hari Minggu sebulan sekali secara

bergiliran antarmasjid, doa bersama pada malam peringatan tujuh belas Agustus, serta peringatan hari besar Islam seperti Maulid Nabi Muhammad. Intensitas kegiatan sosial-keagamaan yang tinggi ini menjadikan Kelurahan Kutoanyar lokasi yang sesuai untuk mengkaji pengaruh lingkungan sosial terhadap keputusan penggunaan jasa bank syariah. Karakteristik ini juga menjadi dasar untuk menerapkan hasil penelitian pada wilayah lain yang memiliki pola kehidupan sosial-keagamaan yang serupa.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kelurahan Kutoanyar, Kecamatan Tulungagung yang berjumlah 5.381 jiwa atau 2.013 Kepala Keluarga (KK). Teknik pengambilan sampel menggunakan *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*, yaitu memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk menjadi sampel (Machali, 2021). Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus *Slovin* dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh 98 responden. Pemilihan tingkat kesalahan sebesar 10% didasarkan pada pertimbangan bahwa populasi penelitian tergolong besar, yaitu 5.381 jiwa atau 2.013 kepala keluarga, sementara penelitian ini bersifat asosiatif dengan keterbatasan waktu dan sumber daya dalam pengumpulan data primer secara langsung di lapangan. Penggunaan tingkat kesalahan 10% merupakan praktik yang lazim digunakan pada penelitian sosial dan manajemen dengan populasi besar serta tingkat homogenitas karakteristik yang relatif tinggi pada level kelurahan, sehingga ukuran sampel sebanyak 98 responden tetap representatif secara statistik untuk analisis regresi linier berganda dengan tiga variabel independen.

Dari 98 responden, sebanyak 58 responden (59,18%) berjenis kelamin laki-laki dan 40 responden (40,82%) berjenis kelamin perempuan. Berdasarkan usia, responden didominasi oleh kelompok usia 20–30 tahun sebanyak 47 responden, diikuti kelompok usia 30–40 tahun sebanyak 39 responden, sedangkan sisanya sebesar 12 responden berusia di atas 40 tahun. Komposisi ini menunjukkan bahwa responden penelitian didominasi oleh kelompok usia produktif muda hingga menengah, yang merupakan segmen potensial dalam pengambilan keputusan keuangan secara mandiri, sehingga relevan untuk menjelaskan keputusan penggunaan jasa bank syariah sebagai perilaku nyata pada masyarakat umum.

Data penelitian menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner tertutup secara langsung dan melalui *Google Form*. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan bantuan program SPSS melalui beberapa tahapan, yaitu uji validitas dan reliabilitas untuk menguji kualitas instrumen penelitian, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda untuk mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Machali, 2021), serta uji hipotesis yang terdiri dari uji t, uji F untuk mengetahui pengaruh parsial dan simultan serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur sejauh mana kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen (Machali, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel literasi keuangan syariah, kepercayaan, lingkungan sosial, dan keputusan penggunaan jasa bank syariah memiliki nilai r hitung lebih besar daripada r tabel, sehingga seluruh item dinyatakan valid. Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* seluruh variabel berada pada rentang 0,813 sampai dengan 0,900, sehingga seluruh variabel dinyatakan reliabel. Hasil uji normalitas menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* memperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200, lebih besar dari taraf signifikansi 0,05, sehingga nilai residual berdistribusi normal,

yang didukung pula oleh grafik *Normal Probability Plot* dan *histogram* yang membentuk kurva menyerupai lonceng. Hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai VIF variabel literasi keuangan syariah, kepercayaan, dan lingkungan sosial masing-masing sebesar 2,045; 2,475; dan 1,428 (< 10), dengan nilai *tolerance* masing-masing sebesar 0,489; 0,404; dan 0,700 ($> 0,10$), sehingga tidak terjadi multikolinearitas. Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan nilai signifikansi ketiga variabel independen masing-masing sebesar 0,932; 0,504; dan 0,319 (seluruhnya $> 0,05$), sehingga model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini layak digunakan untuk menguji hubungan antarvariabel.

Tabel 1. Analisis Regresi Linier Berganda

<i>Coefficients^a</i>					
<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1					
	(Constant)	4.959	3.076	1.613	.110
	X1	.196	.098	.183	.194
	X2	.487	.102	.482	.000
	X3	.197	.063	.239	.002

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS 27 (2026)

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan regresi $Y = 4,959 + 0,196X_1 + 0,487X_2 + 0,197X_3$, yang menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah, kepercayaan, dan lingkungan sosial memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan jasa bank syariah. Variabel kepercayaan memiliki nilai koefisien regresi tertinggi sebesar 0,487, diikuti lingkungan sosial sebesar 0,197, dan literasi keuangan syariah sebesar 0,196, yang menunjukkan bahwa kepercayaan menjadi faktor paling dominan dalam memengaruhi keputusan penggunaan jasa bank syariah pada masyarakat Kelurahan Kutoanyar. Besaran koefisien regresi mengindikasikan urutan prioritas faktor yang perlu diperhatikan oleh manajemen bank syariah dalam menyusun strategi. Kepercayaan (X2) memiliki koefisien tertinggi (0,487) sekaligus nilai *t* hitung terbesar (4,764), yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan kepercayaan nasabah memberikan dampak paling besar terhadap keputusan penggunaan jasa bank syariah dibandingkan dua variabel lainnya. Temuan ini mengindikasikan bahwa investasi manajerial pada transparansi produk, kepatuhan syariah yang dapat diverifikasi, dan konsistensi kualitas pelayanan berpotensi memberikan hasil yang lebih besar terhadap peningkatan jumlah nasabah dibandingkan program literasi maupun pemanfaatan jalur sosial semata. Lingkungan sosial (X3) menempati posisi kedua (koefisien 0,197, *t* hitung 3,114), yang menunjukkan pentingnya strategi pemasaran berbasis komunitas, seperti kerja sama dengan tokoh agama dan kelompok pengajian, sebagai kanal edukasi sekaligus akuisisi nasabah baru. Adapun literasi keuangan syariah (X1), meski berpengaruh signifikan, memiliki koefisien terkecil (0,196, *t* hitung 1,994) yang nilainya mendekati ambang batas signifikansi, sehingga mengindikasikan bahwa program edukasi literasi perlu dirancang lebih intensif dan aplikatif agar dampaknya terhadap keputusan nyata dapat dioptimalkan.

Secara parsial, hasil uji *t* menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki pengaruh positif dan signifikan. Variabel literasi keuangan syariah memperoleh nilai *t* hitung sebesar 1,994 dengan signifikansi 0,049, variabel kepercayaan sebesar 4,764 dengan signifikansi 0,000, dan variabel lingkungan sosial sebesar 3,114 dengan signifikansi 0,002, di mana seluruh nilai *t* hitung tersebut lebih besar dibandingkan *t* tabel sebesar 1,986. Dengan demikian, seluruh hipotesis penelitian diterima.

Hasil uji simultan (uji F) menunjukkan nilai F hitung sebesar 49,159, lebih besar dibandingkan F tabel sebesar 2,70, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah, kepercayaan, dan lingkungan sosial secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa bank syariah. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa keputusan penggunaan jasa bank syariah tidak hanya dipengaruhi oleh satu aspek saja, tetapi dibentuk melalui interaksi antara pemahaman individu, keyakinan terhadap penyedia jasa, dan pengaruh lingkungan sosial di sekitarnya, sebagaimana dijelaskan dalam perspektif perilaku konsumen.

Berdasarkan uji koefisien determinasi, diketahui nilai *R Square* sebesar 0,611 artinya 61,1% variabel dependen (keputusan penggunaan jasa bank syariah) dijelaskan oleh variabel independen yang terdiri dari Literasi Keuangan Syariah, Kepercayaan dan Lingkungan Sosial, sedangkan sisanya ($100\% - 61,1\% = 38,9\%$) dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel yang digunakan dalam penelitian.

PEMBAHASAN

Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Kepercayaan, dan Lingkungan Sosial terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Bank Syariah

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar $49,159 > F$ tabel sebesar 2,70 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, yang menunjukkan bahwa secara bersama-sama literasi keuangan syariah, kepercayaan, dan lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa bank syariah, dengan kontribusi sebesar 61,1% berdasarkan nilai *R Square*. Hasil ini memperkuat pandangan Kotler dan Keller (2016) dalam buku (Dewi et al., 2025), bahwa keputusan penggunaan jasa bank syariah merupakan bagian dari perilaku konsumen, yaitu proses individu memilih, menggunakan, dan mengevaluasi suatu produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya, sehingga keputusan ini terbentuk dari interaksi beberapa faktor sekaligus, bukan hanya satu faktor tunggal. Pengaruh simultan yang kuat ini menunjukkan bahwa ketiga komponen, yaitu sikap yang dibentuk literasi keuangan syariah, norma subjektif yang dibentuk lingkungan sosial, dan kepercayaan sebagai konsep perluasan yang memperkuat keyakinan, bekerja secara bersamaan sebagaimana diprediksi oleh kerangka *Theory of Planned Behavior* yang diperluas (Arianti, 2021, 3).

Kekuatan pengaruh simultan sebesar 61,1% ini secara kritis dapat dijelaskan oleh karakteristik lokasi penelitian. Masyarakat Kelurahan Kutoanyar yang didominasi kelompok usia produktif muda dan memiliki intensitas kegiatan sosial-keagamaan yang tinggi menciptakan kondisi di mana ketiga variabel saling memperkuat: literasi memberi dasar pengetahuan, lingkungan sosial memberi dorongan norma, dan kepercayaan memberi keyakinan akhir untuk bertindak, sehingga ketiganya bekerja sebagai satu rangkaian keputusan, bukan sebagai faktor yang berdiri sendiri-sendiri. Kontribusi ini juga tergolong lebih tinggi dibandingkan penelitian (Ibrahim et al., 2017) yang menerapkan model serupa pada nasabah pembiayaan rumah syariah di Malaysia, di mana kombinasi variabel sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, pengetahuan, dan religiusitas hanya menjelaskan 32,9% varians niat memilih; perbedaan ini diduga terjadi karena penelitian ini mengukur keputusan sebagai perilaku nyata pada masyarakat dengan ikatan sosial-keagamaan yang erat, sementara penelitian tersebut mengukur niat pada populasi perkotaan yang lebih heterogen dan interaksi sosialnya cenderung lebih longgar.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Hasanah, Ningsih, dan Rakhmawati, 2024) yang menyatakan bahwa kepercayaan dan lingkungan sosial secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa bank syariah. Selain itu, penelitian (Mustaidah dan Sadiyah, 2025) juga menemukan bahwa literasi keuangan syariah dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa bank syariah. Namun, perbedaan wilayah dan karakteristik responden dapat mempengaruhi kekuatan hubungan antar variabel, sehingga penting untuk mempertimbangkan faktor lokal dalam interpretasi hasil penelitian.

Strategi pemasaran bank syariah pada wilayah dengan karakteristik sosial-religius serupa sebaiknya dirancang secara terintegrasi, menggabungkan edukasi literasi, penguatan kepercayaan, dan pendekatan berbasis komunitas dalam satu program yang saling terhubung, karena menjalankan ketiganya secara terpisah berisiko kurang efektif dibandingkan pendekatan yang saling menguatkan. Bank syariah juga perlu memetakan karakteristik sosial-keagamaan tiap wilayah operasionalnya sebelum menentukan bobot prioritas program, mengingat kekuatan pengaruh gabungan ketiga faktor ini terbukti bervariasi antar konteks penelitian.

Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Bank Syariah

Hasil ini sejalan dengan posisi literasi keuangan syariah sebagai pembentuk sikap (*attitude*) dalam kerangka *Theory of Planned Behavior*. Hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan syariah memiliki nilai t hitung sebesar $1,994 > t$ tabel sebesar $1,986$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,049 < 0,05$, sehingga literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa bank syariah. Secara teori, literasi keuangan syariah berperan membentuk sikap dan pemahaman individu terhadap produk dan layanan keuangan berbasis syariah (Albaity dan Rahman, 2019).

Nilai t hitung literasi keuangan syariah pada penelitian ini ($1,994$) merupakan yang paling mendekati ambang batas signifikansi dibandingkan dua variabel lain, yang secara kritis mengindikasikan bahwa pengaruh literasi terhadap keputusan nyata cenderung lebih lemah pada masyarakat umum dibandingkan pada kelompok terdidik seperti mahasiswa yang menjadi fokus penelitian (Zulfayani et al., 2023) dan (Salim et al., 2022). Hal ini diduga terjadi karena mayoritas responden penelitian ini memperoleh informasi bank syariah lebih banyak melalui pengalaman dan interaksi sosial sehari-hari dibandingkan melalui edukasi formal, berbeda dengan temuan (Normalasari et al., 2022) yang melaporkan literasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa yang secara sistematis memperoleh paparan materi keuangan melalui kurikulum. Pola melemahnya pengaruh literasi ini juga konsisten dengan temuan (Albaity dan Rahman, 2019), yang melaporkan bahwa literasi keuangan syariah justru berhubungan negatif secara langsung dengan niat menggunakan bank syariah di Uni Emirat Arab, dan baru menjadi positif ketika dimediasi oleh sikap yang baik terhadap bank syariah, sehingga literasi semata tidak cukup mendorong keputusan tanpa disertai sikap positif terhadap bank syariah.

Program literasi keuangan syariah oleh bank tidak cukup hanya berupa penyuluhan satu arah, melainkan perlu dirancang lebih aplikatif, misalnya melalui simulasi perhitungan bagi hasil secara langsung, agar pemahaman yang diperoleh benar-benar mendorong tindakan nyata. Bank syariah juga perlu memastikan program literasi turut membangun sikap positif terhadap bank syariah, bukan sekadar transfer pengetahuan, mengingat literasi tanpa sikap positif berisiko tidak berdampak signifikan terhadap keputusan penggunaan.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Bank Syariah

Hasil ini menegaskan peran kepercayaan sebagai kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*) dalam kerangka *Theory of Planned Behavior*. Hasil uji parsial menunjukkan

bahwa variabel kepercayaan memiliki nilai t hitung sebesar $4,764 > t$ tabel sebesar $1,986$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan serta merupakan variabel paling dominan. Secara teoritis, kepercayaan merupakan dasar utama dalam hubungan antara konsumen dan penyedia jasa, terutama pada sektor keuangan yang memiliki tingkat risiko tinggi (Rifa'i, 2023, 58 – 59).

Pengaruh kepercayaan pada penelitian ini secara kritis dapat dijelaskan oleh tingginya risiko yang dipersepsikan masyarakat terhadap produk keuangan syariah yang masih relatif baru dikenal dibandingkan produk konvensional, sehingga keyakinan atas keamanan dan kepatuhan syariah menjadi penentu utama sebelum literasi maupun dorongan sosial berperan. Perbedaan hasil dengan penelitian (Aprilia dan Indrarini, 2024) yang melaporkan kepercayaan tidak berpengaruh signifikan pada masyarakat pedesaan Nganjuk kemungkinan disebabkan oleh perbedaan akses dan paparan terhadap layanan bank syariah; masyarakat Kutoanyar yang berlokasi dekat pusat kota memiliki akses informasi dan layanan yang lebih memadai. Kepercayaan ini juga sejalan dengan temuan (Albaity dan Rahman, 2019), yang menunjukkan bahwa reputasi bank syariah, sebagai representasi keandalan dan kepercayaan terhadap lembaga, berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan bank syariah pada nasabah bank konvensional di Uni Emirat Arab, serta dengan (Ibrahim et al., 2017), yang membuktikan bahwa religiusitas sebagai konsep berbasis nilai dan keyakinan yang secara konseptual dekat dengan kepercayaan terhadap kepatuhan syariah yang merupakan faktor paling berpengaruh di antara seluruh variabel yang diuji terhadap niat memilih pembiayaan rumah syariah. Konsistensi lintas negara ini memperkuat dugaan bahwa konsep berbasis keyakinan dan nilai cenderung lebih dominan dibandingkan pengetahuan semata dalam konteks keuangan syariah, apa pun latar belakang budaya dan regulasinya.

Manajemen bank syariah perlu menjadikan pengelolaan hubungan nasabah (*customer relationship management*) sebagai prioritas utama, melalui keterbukaan biaya dan skema bagi hasil, komunikasi rutin mengenai kepatuhan syariah, serta penanganan keluhan yang cepat dan responsif. Pengembangan layanan bank syariah juga perlu diarahkan pada penguatan bukti nyata kepatuhan syariah, seperti transparansi laporan pengawasan Dewan Pengawas Syariah kepada nasabah, karena kepercayaan yang telah terbentuk berpotensi menjadi keunggulan bersaing utama dibandingkan bank konvensional maupun bank syariah lain.

Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Bank Syariah

Hasil ini konsisten dengan posisi lingkungan sosial sebagai norma subjektif (*subjective norm*) dalam kerangka *Theory of Planned Behavior*. Hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel lingkungan sosial memiliki nilai t hitung sebesar $3,114 > t$ tabel sebesar $1,986$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$, sehingga lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa bank syariah. Secara teori, lingkungan sosial merupakan faktor eksternal yang memengaruhi perilaku individu melalui interaksi dengan keluarga, teman, dan masyarakat (Rahayu dan Afrilliana, 2021)

Signifikannya pengaruh lingkungan sosial sejalan dengan karakteristik Kelurahan Kutoanyar yang aktif dalam kegiatan keagamaan bersama, seperti kelompok yasin dan tahlil serta tadarus rutin di masjid. Meskipun mayoritas warganya adalah pendatang, kegiatan-kegiatan ini menciptakan ikatan sosial yang erat, sehingga informasi dan pengalaman antar warga menjadi sumber rujukan yang dipercaya sebelum memutuskan menggunakan jasa bank syariah. Berbeda dengan penelitian (Prastiwi dan Zuhdi, 2022) yang menemukan bahwa lingkungan sosial tidak berpengaruh signifikan, perbedaan tersebut menunjukkan bahwa pengaruh lingkungan sosial sangat bergantung pada karakteristik masyarakat dan tingkat

interaksi sosial dalam suatu wilayah. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian (Ibrahim et al., 2017), yang membuktikan bahwa norma subjektif memiliki hubungan yang signifikan dengan niat nasabah bank di Alor Setar, Malaysia dalam memilih produk pembiayaan rumah syariah; konsistensi temuan lintas negara ini memperkuat posisi lingkungan sosial sebagai determinan yang relevan dalam pengambilan keputusan keuangan syariah, tidak terbatas pada konteks Indonesia saja.

Bank syariah dapat memanfaatkan jalur pemasaran berbasis komunitas, misalnya bekerja sama dengan tokoh agama atau pengurus kelompok pengajian sebagai penghubung sekaligus rujukan produk, serta program ajakan antarnasabah (*referral*) yang memanfaatkan kepercayaan sosial yang sudah terjalin dalam komunitas untuk memperluas jumlah nasabah baru. Pengembangan layanan juga dapat diarahkan pada penyelenggaraan sesi edukasi bersama kelompok keagamaan yang sudah ada, sehingga bank syariah hadir melalui jalur sosial yang sudah dipercaya masyarakat, bukan melalui promosi konvensional yang berdiri sendiri.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan syariah, kepercayaan, dan lingkungan sosial secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa bank syariah pada masyarakat Kelurahan Kutoanyar, Kecamatan Tulungagung, dengan kontribusi sebesar 61,1%. Secara parsial, ketiga variabel tersebut juga berpengaruh positif dan signifikan, dengan kepercayaan sebagai variabel yang paling dominan, diikuti oleh lingkungan sosial, kemudian literasi keuangan syariah. Temuan ini memperkaya pemahaman mengenai bagaimana kepercayaan dapat berperan bersama pemahaman individu dan dorongan sosial dalam membentuk keputusan penggunaan jasa keuangan syariah, sekaligus menjadi dasar bagi manajemen bank syariah dalam menyusun prioritas program, yaitu memperkuat kepercayaan nasabah melalui transparansi dan kepatuhan syariah, memanfaatkan jaringan sosial-keagamaan sebagai jalur pemasaran, serta merancang edukasi literasi yang lebih aplikatif agar benar-benar mendorong keputusan nyata, bukan sekadar menambah pengetahuan.

Saran

Penelitian ini memiliki sejumlah batasan yang perlu diperhatikan pada penelitian selanjutnya. Penggunaan tingkat kesalahan 10% pada penentuan jumlah sampel menghasilkan tingkat kepercayaan sebesar 90%, lebih rendah dibandingkan standar 95% yang umum digunakan pada penelitian sejenis, cakupan penelitian juga hanya mencakup satu kelurahan dengan corak sosial-keagamaan tertentu, sementara nilai koefisien determinasi sebesar 61,1% menunjukkan masih terdapat 38,9% faktor lain di luar model ini yang turut memengaruhi keputusan penggunaan jasa bank syariah. Berdasarkan batasan tersebut, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas wilayah penelitian ke konteks sosial yang berbeda sebagai pembanding, menggunakan tingkat kesalahan yang lebih ketat apabila sumber daya memungkinkan, menambahkan variabel lain seperti religiusitas atau kualitas layanan digital untuk memperkuat model, serta mempertimbangkan pendekatan gabungan kuantitatif dan kualitatif agar proses terbentuknya kepercayaan nasabah dapat digali lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

Aisyah, M., Umiyati, dan Suzanawaty, L. (2025). The impact of Islamic financial literacy on Islamic financial planning of Islamic university students. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 6(1), 22–40. <https://doi.org/10.46367/jps.v6i1.2223>

- Albaity, M., dan Rahman, M. (2019). The intention to use Islamic banking : an exploratory study to measure Islamic financial literacy. *International Journal of Emerging Markets*, 14(5), 988–1012. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-05-2018-0218>
- Alhifni, D. O. A. (2017). Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap. *Jurnal Ekonomi Syariah Volume*, 5(1), 87–98. <http://dx.doi.org/10.21043/equilibrium.v5i1.2468>
- Amilahaq, F., Wijayanti, P., dan Pertiwi, B. C. (2021). Managing Islamic Financial Planning Inclusion In Indonesia. *Tazkia Islamic Finance and Business Review*, 15(1), 40–66. <https://doi.org/10.30993/tifbr.v15i1.243>
- Aprilia, T., dan Indrarini, R. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Fasilitas, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Bagi Masyarakat Pedesaan Nganjuk. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 7(3), 48–59. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/33086>
- Arianti, B. F. (2021). *Literasi Keuangan (Teori dan Implementasinya)*. CV. Pena Persada.
- Dewi, W. W. A., Febriani, N. S., Destrity, N. A., Tamitiadini, D., Syaiki, W. R., Illahi, A. K., Avicenna, F., Avina, D. A. A., dan Prasetyo, B. D. (2025). *Teori Perilaku Konsumen*. UB Press.
- Faridah, N. L., Hakim, L., dan Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh Pembelajaran Insert Ekonomi Syariah, Pengetahuan Produk, Lingkungan Sosial dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *ISTITHMAR: Journal of Islamic Economic Development*, 5(2), 98–113. <https://doi.org/10.30762/istithmar.v5i2.81>
- Harbani, P. (2023). Teori Pengambilan Keputusan. In *Penerbit Alfabeta, Bandung* (x. Penerbit Alfabeta).
- Hasanah, S. D. R., Ningsih, W. F., dan Rakhmawati, R. (2024). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan , Persepsi Masyarakat , Kepercayaan , Religiusitas dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kabupaten Jember (BSI) di Kabupaten Jember . Jumlah masyarakat Jember usia p. *Jakuma : Jurnal Akuntansi dan Manajemen Keuangan*, 05(02), 65–85. <https://doi.org/10.31967/jakuma.v5i2.1229>
- Ibrahim, M. A., Fisol, W. N. M., dan Haji-Othman, Y. (2017). Customer Intention on Islamic Home Financing Products : An Application of Theory of Planned Behavior (TPB). *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 8(2), 77–86. <https://doi.org/10.5901/mjss.2017.v8n2p77>
- Khairunnisa, I. A., dan Cahyono, H. (2020). Hubungan Pengetahuan, Religiusitas, dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Menggunakan Bank Syariah. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 3(3), 1–14. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n3.p1-14>
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*. Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Muslim, Almegi, Alfiah, Akmal, dan Amelia, H. R. (2021). Peranan Lingkungan Sosial Terhadap Pembentukan Sikap Peduli Lingkungan Peserta Didik Di MAS Al-Islam Petala Bumi. *El-Jughrafiyah*, 1(1), 53–61. <https://doi.org/10.24014/jej.v1i1.14042>
- Mustaidah, Z., dan Sadiyah, M. (2025). Pengaruh Halal Lifestyle, Literasi Keuangan Syariah dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, 8(1), 266–278. [https://doi.org/10.25299/jtb.2025.vol8\(1\).21946](https://doi.org/10.25299/jtb.2025.vol8(1).21946)
- Naim, L. N. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Lingkungan Sosial Terhadap Niat Menabung di Bank Syariah pada Generasi Z. *Indonesia Economic Jurnal*, 1(2), 671–685.

<https://ojs.indopublishing.or.id/index.php/iej/article/view/231>

- Normalasari, Maslichah, dan Sudaryanti, D. (2022). The Effect of Financial Behavior, Financial Literacy and Demographic Factor on Students' Investment Decision Making. *e_Jurnal Ilmiah Riset Akuntans*, 11(02), 53–61. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jra/article/view/15073>
- Novianto, S., dan Nisa, F. L. (2024). Pengaruh Kepercayaan Nasabah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *As-Syirkah: Islamic Economics & Finacial Journal*, 3(3), 1177–1189. <https://doi.org/10.56672/assyirkah.v3i3.283>
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK), dan Badan Pusat Statistik (BPS). (2025). Hasil Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Tahun 2025. *Ojk*. https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/OJK-dan-BPS-Umumkan-Hasil-Survei-Nasional-Literasi-Dan-Inklusi-Kuangan-SNLIK-Tahun-2025.aspx?utm_source=chatgpt.com
- Prastiwi, I. E., dan Zuhdi, M. N. (2022). Analysis of Factors Affecting Interest in Saving in Islamic Bank: Knowledge, Social Environment and Psychological Factors. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 2022(2), 770–785. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v6i2.4777>
- Rahayu, S., dan Afrilliana, N. (2021). *Perilaku Konsumen*. CV. Penerbit Anugrah Jaya.
- Ram, A. (2023). Understanding FinTech Gender Gap : A Survey on Financial Literacy , Inclusion and FinTech Use. *Open Journal of Business and Management*, 11(6), 3518–3538. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2023.116192>
- Rifa'i, K. (2019). *Membangun Loyalitas Pelanggan*. CV. Pustaka Ilmu.
- Rifa'i, K. (2023). *Kepuasan Konsumen*. UIN KHAS Press.
- Salim, F., Arif, S., dan Devi, A. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, dan Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah: Studi Pada Mahasiswa FAI Universitas Ibn Khaldun Bogor Angkatan 2017-2018. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 226–244. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i2.752>
- Salsabila, N., dan Devia, V. (2024). Pengaruh Lingkungan Sosial Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah di Lumajang. *Islamic Economics and finance in Focus*, 3(4), 846–859. <https://doi.org/10.21776/ieff.2024.03.04.12>
- Suryani, kaela livitia, Ayu, baiq dinda puspita, Komala, R., Septian, D., dan Aryani, R. A. I. (2024). Pengaruh Citra Merek, Penerapan Akad Mudharabah dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Dengan Reliuguisitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Bank NTB Syariah Cabang Gerung). *SETIE Seminar Nasional Teknologi, Inovasi dan Ekonomi*, 85–92. <https://journal.universitasbumigora.ac.id/SETIE/article/view/5023>
- Yana, E., dan Agustina, A. Y. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus PT. Bank BCA Syariah KC Jatinegara). *Konferensi Nasional dan Call For Paper*, 296–317. <https://publikasiilmiah.unwahas.ac.id/KNBESI/article/view/10747>
- Zulfayani, A., Nurmilasari, N., Nurul Afdhal, A. M., Rahayu, A., Achriaty, N., dan Nurfadilla, I. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Tehadap Minat Mahasiswa Menggunakan Produk dan Layanan Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen dan Akuntansi)*, 6(2), 201–207. <https://journal.metansi.unipol.ac.id/index.php/jurnalmetansi/article/view/223>